



**USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR**

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Trabajo Final de Licenciatura

Licenciatura en Relaciones Públicas

**“La importancia de la sustentabilidad como aliada de las Relaciones
Públicas en las empresas”**

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Directora: Mg. Ana Laura García Luna

Alumna: Magdalena Torrendell

Tutora: Lic. Constanza Lazazzera

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I: Abordando la Sustentabilidad	8
Actores Sociales	8
Economía Circular	11
Pacto Global: Las empresas asumen el compromiso.....	14
CAPÍTULO II: Abordando la Responsabilidad Social Empresaria	27
Antecedentes	27
Actualidad	29
CAPÍTULO III: Un paso hacia la evolución: Sistema B	33
Antecedentes	33
Actualidad	35
CAPÍTULO IV: La sustentabilidad como aliada de las Relaciones Públicas	39
CAPÍTULO V: Caso de éxito: TOMS	45
CONCLUSIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	60

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo será presentar la importancia de la sustentabilidad dentro del modelo de negocio en una empresa con fines de lucro en el contexto del mundo contemporáneo, haciendo énfasis en el modelo de responsabilidad social empresarial y las Empresas B, que actualmente se encuentran en pleno proceso de crecimiento. Este tema es de suma importancia dado el contexto corporativo, social y medioambiental que se encuentra presente hoy en día a escala global.

La responsabilidad social empresarial y el Sistema B impulsan un movimiento hacia la sustentabilidad empresarial que conlleva a una economía diferente, permite una redefinición del concepto de lucro empresarial y transforma el modelo de negocio, redirigiendo su foco a la solución de las problemáticas sociales, económicos y medioambientales. El desarrollo sustentable ha crecido muchísimo en los últimos años y se ha convertido en una tendencia creciente en el ámbito corporativo internacional.

Los mercados cada día están más interesados en el desarrollo sustentable y cuidan lo que consumen y adquieren. Poseen mayor conciencia del proceso productivo que requieren los distintos productos del mercado y empiezan a tomar decisiones basadas en el impacto que tienen esos productos y las organizaciones con la responsabilidad social corporativa.

Sin embargo, todavía hay empresas que no comprenden la necesidad de cambiar la mirada sobre el modelo de negocio. Se debe tomar conciencia de las problemáticas presentes hoy en día, tales como la contaminación ambiental, el desempleo, la crisis

económica, y se debe dejar reemplazar las decisiones pasadas realizadas por organizaciones focalizadas sólo en el lucro y el crecimiento económico.

Es importante concientizar a las empresas acerca de la necesidad que tienen de ser sustentables con el medio ambiente y otros aspectos sociales y económicos que demanda el mercado.

Con la contaminación, el desempleo y otros aspectos sociales a mejorar que demandan las sociedades a nivel mundial, es indispensable que las empresas e instituciones tomen decisiones sustentables en el tiempo para sus modelos de negocios. Esto se puede lograr en el tiempo modificando su cultura y fijando objetivos que generen un cambio gradual social.

A partir de este cambio cultural en desarrollo, se toman decisiones de política empresarial acorde al aporte e impacto positivo que tiene una corporación en la sociedad. Cuanto mayor sea la eficacia de la misma en determinados aspectos, mayor será la respuesta del consumidor. Para una empresa con fines de lucro, lograr el cambio y una imagen empresarial positiva es trascendente para consolidar su continuidad y prosperidad.

Por estas razones es imprescindible realizar un trabajo de concientización progresivo donde se desarrolle la importancia de la responsabilidad social empresarial en las empresas del mundo contemporáneo. Las organizaciones deben reestructurarse y aceptar que el mercado está cambiando, que es necesario adoptar nuevos modelos de negocio para sobrevivir una realidad social y ambiental que demanda soluciones.

Asimismo, las empresas que cuiden la demanda de sus públicos y al medio ambiente. Ellos son actores imprescindibles dentro de la economía, por lo tanto, deben actuar con responsabilidad y asumir que las acciones que afectan a su contexto presente y futuro.

En este sentido, las Relaciones Públicas fomentaron la incorporación de la sustentabilidad dentro de las organizaciones privadas y año tras año han promovido la utilización de recursos materiales y económicos que permitan introducir e incrementar en forma creciente este concepto. Al hablar de Relaciones Públicas, nos referimos a:

Una función directiva de la comunicación a través de la cual las empresas se adaptan, alteran o mantienen su entorno con el propósito de lograr las metas de la organización. Su planteamiento representa la que, de alguna manera, se considera la más moderna teoría, según la cual las Relaciones Públicas son algo más que simple persuasión. También deberían fomentar una comunicación abierta, bidireccional, y una comprensión mutua, con la idea de que la empresa también cambie sus actitudes y comportamiento a lo largo del proceso, sin que esto se deje únicamente al público objetivo. (Wilcox, Cameron y Xifra, 2012, p. 6)

El objetivo último de las Relaciones Públicas es garantizar la supervivencia económica de la organización junto con su éxito y reputación. Para lograr esto, la empresa debe mantener una buena relación con sus diferentes públicos, tanto internos como externos, destacando la comunidad en general.

Asimismo, debe buscar las herramientas necesarias para realizar las acciones que reflejen valores y formen en los públicos una imagen positiva de la organización detrás de los objetivos propuestos. Para garantizar esto, es fundamental que la empresa haga un diagnóstico y planeamiento del efecto e impacto que tiene a nivel social, económico y medioambiental.

Para alcanzar un vínculo positivo, las Relaciones Públicas son fundamentales, ya que desarrollan estrategias comunicativas, que dan a conocer a la sociedad y los *stakeholders* de la organización, las acciones que llevan a cabo en materia de sustentabilidad y responsabilidad social.

Se profundizará y desarrollarán los distintos conceptos que dieron origen a la implementación de acciones concretas en materia de sustentabilidad. Se definirán aspectos claves en el nacimiento de las prácticas que hoy en día una gran parte de las empresas tienen incorporadas.

La postulación que tendrá este trabajo es a favor de la adopción de la responsabilidad social empresaria y la sustentabilidad en las empresas del siglo XXI. Se plantearán los beneficios de la incorporación de la misma en la estrategia corporativa y la importancia de que una organización con fines de lucro moldee su estructura corporativa hacia la sustentabilidad del negocio. Ser la mejor empresa para el mundo y no del mundo.

En el primer capítulo, se desarrollará en profundidad los distintos conceptos presentes en el mundo de la sustentabilidad para comprender cómo fue ingresando la misma en las organizaciones y sus implicancias. Se detallará acerca de los actores sociales, la economía circular y el Pacto Global.

En el segundo capítulo, se planteará el concepto de responsabilidad social empresaria (RSE). Se incluirán antecedentes y aspectos coyunturales que dieron origen a este concepto. Se tendrá en cuenta la situación de un mercado que se encontraba en un escenario de crisis y cómo frente a las necesidades del público, se generó esta nueva concepción de responsabilidad social empresaria que incorporaron las empresas.